COLECCIÓN

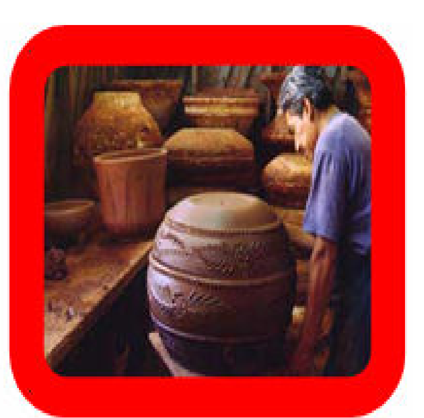
MI NEGOCIO

Guía

EXPORTACIÓN













Edwin Escalante Ramos

Catherine Escalante Ramos

2006

www.invesca.com

Productos y servicios para las micro, pequeñas y medianas empresas en el Perú

CONTENIDO:

1 Exportación

1.1 Introducción

¿Alguna vez pensaste en llegar a exportar tus productos? ¿Crees que tus productos son lo suficientemente buenos y competitivos como para venderlos en otros mercados? Muchos empresarios de éxito, que hoy exportan al mundo, comenzaron como tú, en un negocio pequeño y se atrevieron a ingresar a un mercado más grande y competitivo.

Si estás pensando en exportar, el mejor consejo que te podemos dar es *“PREPÁRATE”* pues, la competencia es fuerte; sin embargo, si lo estás, obtendrás grandes beneficios que no los podrás encontrar en el mercado interno. Debes conocer los mercados en donde tus productos son apreciados y cuentan con una gran demanda insatisfecha, la cual tú podrías atender.

El objetivo de esta guía es orientar a emprendedores como tú a lograr la internacionalización de sus productos y servicios en mercados con una potencial demanda, ya que muchos de estos nuevos destinos son mercados insatisfechos.

En esta guía encontrarás la información que necesitas para saber exportar, explicado paso a paso para que puedas llevar a cabo exitosamente este proceso.

¿Cómo esta organizada la guía?

En la primera parte describimos brevemente la situación actual de las PYMES en el contexto de las Exportaciones y los acuerdos comerciales suscritos por el Perú. Seguidamente encontrarás las ideas necesarias que se deben de tener en cuenta para el comienzo de una exportación y también un análisis de lo que se debe de tener en cuenta previamente para exportar, después de ello se describen los pasos a seguir del Proceso de Exportación y por último hemos elaborado un diagnóstico de la situación de las exportaciones de las PYMES peruanas.

Si ya tomaste la decisión de exportar ¡Adelante! porque es un mundo que no tiene límites y del cual puedes sacar un gran provecho económico mejorando tus ingresos como nunca antes.

1.1.1 Definición

La exportación es un régimen aduanero que permite la salida legal de mercancías del territorio nacional para su uso o consumo en el mercado exterior. Asimismo, no se encuentra afecta al pago de tributos y para efectos de control deberá ser puesta a disposición de la ADUANA. La institución encargada de autorizar la salida de las mercancías del país es la SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADUANAS fusionada con la SUNAT. La exportación sólo podrá realizarse por los puertos marítimos, fluviales y lacustres, aeropuertos y fronteras aduaneras habilitadas.

1.1.2 Contexto Actual

Dos de las principales razones por la que las exportaciones son importantes en el contexto nacional es la apertura a grandes mercados y la generación directa e indirecta de empleos.

En el Perú, las exportaciones se han incrementado en los últimos años de manera sostenida. Este incremento se debe a diversos *Tratados y Acuerdos Comerciales* del Perú con diversos países y bloques económicos. Esto ha motivado la inserción de nuevas micro y pequeñas empresas (MYPES) en el *Boom de Exportación.*

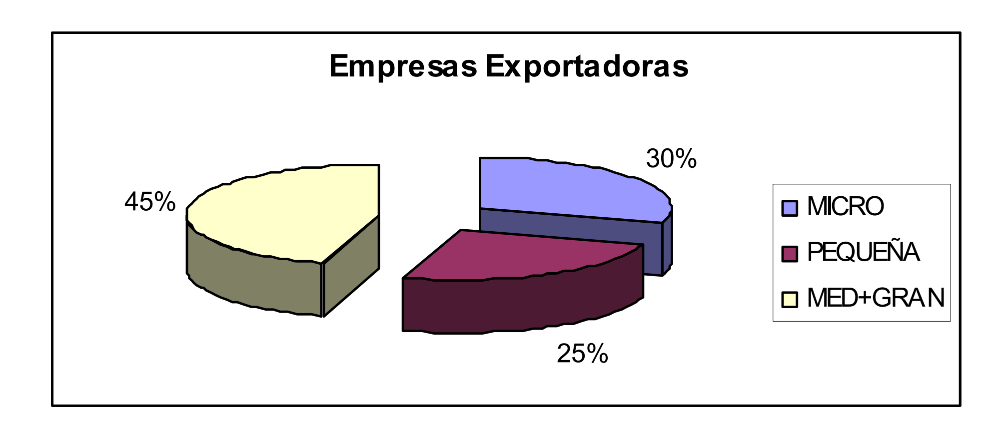
En este contexto las MYPES han logrado expandir sus mercados, dando un gran salto en el desarrollo de sus actividades comerciales.

La tabla y el gráfico que presentamos a continuación te ilustrarán este panorama.

TAMAÑO DE EMPRESA	NÚMERO DE EMPRESAS	NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS	ORIENTACION EXPORTADORA (%)
Micro	622,209	918	0.14
Pequeña	25,938	756	2.91

Subtotal MYPE	648,147	1,674	0.26
Med+Gran Emp.	10,899	1,383	12.69
Total	659,046	3,057	0.46

Fuente: SUNAT 2004



Fuente: SUNAT 2004

Es necesario acentuar que si bien las PYMES representan el 55% del total de empresas exportadoras en el país, en cuanto a monto de exportación tan sólo representa el 2% del total, 13 245 millones de dólares en el último año.

Hoy en día, nuestro país está inmerso en un proceso de apertura comercial. Es parte de los siguientes acuerdos:

Actuales	Futuros
✓ ATPDEA ✓ SGP / SGP plus (UE) ✓ CAN ✓ MERCOSUR ✓ Chile	✓ TLC con EE.UU. (2006) ✓ TLC con Tailandia (2006) ✓ TLC con Singapur ✓ TLC con Chile ✓ Acuerdo Comercial/TLC con China

1.2 La decisión de Exportar

Un empresario o productor para tomar la decisión de exportar debe considerar las oportunidades que ofrecen los mercados externos, la necesidad de incursionar en mercados de mayor tamaño.

Para desarrollar el proyecto, es indispensable que la empresa esté en condiciones de exportar; es decir, tenga capacidad de producción, técnica, económica y administrativa suficiente para asumir los compromisos en los mercados internacionales. La empresa debe precisar en su plan estratégico una política exportadora, considerando los siguientes elementos: objetivos de crecimiento, tipos de mercados, estructura organizativa, objetivos financieros, capacidad instalada, etc.

1.2.1 ¿Por qué y para qué deberías exportar?

- El mercado local no es suficientemente rentable.
- Reducir el riesgo de vender en un solo mercado.
- Aprovechar beneficios ofrecidos por otros países.
- Ganar experiencia compitiendo con empresas de otros países.

1.2.2 ¿Quiénes pueden exportar?

Están habilitados para realizar esta actividad las personas naturales y jurídicas que cuenten con los siguientes requisitos:

- Contar con el REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC) y poder emitir facturas. Se debe especificar en la ficha de RUC de la SUNAT, en el acápite de actividad de comercio exterior: "EXPORTADOR – IMPORTADOR".
- Estar inscrito en el Registro Unificado.
- Especificar dentro de la minuta de constitución; en el objeto social, la actividad empresarial que van a desarrollar (comercio nacional e internacional, producción, comercialización).

1.2.3 ¿Qué se puede exportar?

Cualquier producto que no se encuentre restringido o prohibido, como por ejemplo: armas, químicos tóxicos, algunas especies animales, patrimonio nacional, drogas.

1.2.3.1 Algunas observaciones para determinar la factibilidad de exportación de un producto

- Posición del producto en el mercado interno.
- Ventajas comparativas con relación a otros productos (calidad, precio, marca, empaque y presentación, etc.).
- Requisitos para la adaptación del producto en el mercado objetivo.
- Situación de las patentes (protección legal).
- Capacidad de servicio post-venta.
- Niveles de aceptación por el consumidor o usuario.

Cuando la meta es exportar, es fundamental que realices una profunda investigación para determinar si las características de calidad, presentación y empaque del producto te permitirán adaptarte a los nuevos mercados, conformando una estructura de precios competitivos, si no fuera así la empresa debe tener la disposición al cambio mediante la re-ingeniería de la organización.

1.3 Diagnóstico

1.3.1 Análisis de la Empresa

Toda Empresa que desee incursionar en el mercado externo debe realizar un análisis interno de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para enfrentar el mercado nacional e internacional.

1.3.2 Selección del Mercado Objetivo

Para empezar a exportar es necesario que realices una investigación de mercado para lograra desarrollar productos adaptados a otros mercados, fijación de precios, elaboración de estrategias de desarrollos de nuevos mercados, efectivizar lazos comerciales y negociaciones con el exterior.

En el caso de las MYPES resultaría más práctico y rentable comenzar la investigación de mercado por los países fronterizos, pues, no implican grandes costos comparados con países más alejados y de diferente idioma. La comunidad andina es una opción para empezar la exportación por mercados nacionales.

Puedes acudir a instituciones promotoras de las exportaciones, gremios, cámaras de comercio, y otros medios de contacto indirecto que permitan conocer a los compradores en los mercados de destino, como por ejemplo, PROMPEX.

Para seleccionar el mercado objetivo, el exportador debe analizar una serie de factores, tanto cualitativos como cuantitativos, con el objetivo de evaluar la conveniencia de invertir esfuerzos y recursos para penetrar en ese mercado.

1.3.3 Determinación de los productos o servicios potencialmente exportables

Una vez analizado el entorno internacional la empresa debe analizar sus capacidades para poder abordar los mercados externos, tales como:

- Capacidad instalada y/o disponibilidad del producto.- verificar tanto la calidad y cantidad de producción que posee la empresa.
- Capacidad económica.- recursos propios con los que cuenta la empresa que determinan su capacidad para atender pedidos. Ayuda a establecer la política crediticia que brindará a sus clientes.
- Capacidad de financiamiento.- potencial que posee la empresa para acceder a financiamiento.
- Capacidad de gestión de exportaciones.- recursos humanos que tiene la empresa y grado de especialización en comercio internacional.

Sólo a partir de ambos análisis, el plan de internacionalización puede orientarse a determinar las ventajas competitivas de la empresa y las oportunidades que se le ofrecen en el exterior.

El exportador debe considerar la posibilidad de que su producto o servicio no se ajuste a las exigencias de los consumidores extranjeros, por lo tanto deberá adaptar su producto actual a las exigencias externas.

La oferta exportable debe ser complementada con la descripción del producto en cuanto a sus bondades, usos y tipos de presentación, tipo de envase y embalaje, marcas, código de barras internacional, denominación de origen, etc.

Es conveniente contar con precios referenciales, de modo que permita al exportador fijar precios competitivos, considerando que en el mercado internacional existen muchas empresas que compiten con productos similares.

1.3.4 Determinación del Precio de Exportación

Para determinar el precio de exportación deberás hacer un análisis de la estructura de costos y fijar la utilidad para obtener el precio final. Para tales efectos, considera los siguientes factores:

- Costos Fijos y Variables.
- Determinación del punto de equilibrio; es decir el precio mínimo, en el que ni ganas ni pierdes.
- Márgenes según distintas posiciones en los canales de comercialización.
- Competencia en Precios Internacionales.
- Analizar los términos de compra-venta acordados con el importador. (INCOTERMS).

1.3.5 Determinar la posición arancelaria de los productos que la empresa desea exportar

La posición arancelaria es un código único del Sistema Armonizado de Codificación y Designación de Mercancías, más conocido como Sistema Armonizado, que permite clasificar todas las mercancías y es utilizada para cuantificar las transacciones de comercio internacional y asignar los impuestos de importación a un país para cada producto. Dicho código consta de 10 dígitos

Una posición arancelaria errónea, le hará tener parámetros equivocados respecto a su producto, el mismo que de ser el caso, pudiera gozar de preferencias arancelarias gracias a los acuerdos firmados con diferentes países.

1.4 El Proceso de Exportación

El exportador se puede contactar con el comprador directa o indirectamente. Ésta última es: por medio de un "broker" o por una comercializadora haciéndole llegar una cotización del producto que desea vender. Una vez contactado el cliente, se le envía muestras y lista de precios.

El importador (comprador) acepta las condiciones si la considera ventajosa y normalmente la formaliza a través de un Contrato de Compra Venta Internacional.

1.4.1 Contacto inicial con el Importador

Dependiendo del tipo de canal de exportación a utilizar, se deben detectar los potenciales importadores de los productos. En general, existen bases de datos que pueden ser proveídas a bajo costo (en ocasiones en forma gratuita), donde constan listados de potenciales importadores en el país elegido. Como te explicamos anteriormente, esta información la puedes encontrar en gremios exportadores, cámaras de comercio, etc.

1.4.2 Envío de muestras

A menudo, los compradores interesados en nuestro producto solicitan muestras. Se remiten sin valor comercial y generalmente se envían por medios postales con una descripción detallada donde debe estar contenida en una ficha técnica.

1.4.3 Contrato de Exportación

Es el documento que estipula los derechos y obligaciones de cada una de las partes contratantes (exportador - importador), con relación a determinado objeto, convirtiéndose en un acto jurídico perfecto y una transacción absolutamente legal. Es recomendable que este documento se ajuste a las necesidades de la empresa exportadora de acuerdo al sector de su negocio, especialmente las condiciones de pago y de entrega.

Elementos del Contrato
• Información del exportador e importador. • Condiciones de entrega - INCOTERMS • Ley aplicable al contrato • Descripción de la mercancía objeto del contrato, especificándose el peso, embalaje, calidad, cantidad, etc. • Precio unitario y total. • Condiciones y plazos de pago. • Bancos que intervienen en la operación. • Documentos exigidos por el importador. • Plazo de entrega o de disponibilidad. • Modalidad de seguro. • Modalidad de transporte y pago de flete. • Lugar de embarque y desembarque. • Inclusión de los costos en el precio de la mercancía, para la obtención de documentos requeridos para la exportación.

El importador (comprador) solicita a su banco (emisor - avisador), la apertura del crédito documentario que de preferencia debe ser una carta de crédito irrevocable, confirmada y a la vista. Los sujetos que intervienen son:

- Datos del ordenante
- Datos del beneficiario
- Banco Emisor
- Banco Pagador
- Importe del crédito y la condición de compra.

- Lugar y fecha de vencimiento para la negociación de los documentos.
- Forma en que debe ser avisado al exterior.
- Una carta de crédito irrevocable, confirmada y a la vista, se constituye en un compromiso del banco y es exigible el desembolso contra la entrega de los documentos de embarque.

El banco que emite una carta de crédito generalmente, solicita a un banco del país del vendedor que notifique el crédito al beneficiario.

La Agencia de Carga emite la numeración al conocimiento de embarque, y solicita a ENAPU o CORPAC los servicios de traslado del producto a la nave.

La Agencia de Aduana entrega al exportador los documentos de embarque para que a su vez los remita a su banco y vía courier a su importador.

El banco del exportador (pagador) envía los documentos al banco emisor, si éste los encuentra conforme, procede al desembolso a la cuenta del exportador.

1.4.3.1 Medios de Pago

Son herramientas utilizadas por los importadores con la finalidad de liquidar una operación de comercio internacional. Para que este proceso se realice, es necesario que intervengan los bancos a través de:

- Carta de Crédito: Confirmada, revocable, a la vista, Stand by, CR
- Cobranza Documentaria: Contra aceptación, con aceptación, Contra documentos
- Remesa Directa: Transferencia

1.4.4 Cierre de Venta - Envío de Factura Pro Forma

Una vez acordados todos los términos de la venta, relacionados a la forma y plazo de pago, cantidad y precio de la mercadería, plazos de entrega etc. se dará curso a la emisión de una factura pro forma, que contiene todos los datos arriba mencionados, así como también el plazo de validez de la oferta, y esta pro forma deberá ser aceptada por el importador. Si el instrumento de pago elegido es una carta de crédito, esta pro forma será útil a los efectos de que el importador pueda recabar los datos necesarios para su apertura.

1.4.5 Trámites de Exportación

El exportador, dependiendo del caso, debe contar con:

- **Factura comercial**: redactada en inglés si el país de destino no es hispanohablante.
- **Lista de empaque**: relación simple detallando el contenido de lo que se embarca.
- Conocimiento de embarque (B/L, AWB, WB): documento que certifica que las mercancías han sido recibidas por el transportista.
- **Certificado de origen**: documento que certifica que la mercancía ha sido elaborada en el Perú; permite acogerse a beneficios arancelarios en los países de destino.
- **Certificado fitosanitario**: documento que certifica que las plantas o vegetales frescos se encuentran libres de plagas.
- **Certificado zoosanitario**: documento que certifica que los animales o productos de origen animal son inocuos.
- **Certificado CITES**: documento necesario para exportar madera, flora y fauna silvestre.
- **Certificado sanitario**: documento que certifica que el producto a exportar es apto para el consumo humano (alimentos, medicinas).
- **Certificado textil**: también conocido como “visa textil”, es requerido para exportar confecciones a algunos países.
- **Otros documentos**: emitidos a petición del importador y según el país de destino. Pueden ser certificados de calidad, de inspección pre-embarque, complementarios a los certificados sanitarios, etc.

Y por último si el valor FOB de la exportación es menor a $2000 entonces no es necesaria la intermediación de un Agente de Aduanas y se procederá a llenar la DECLARACIÓN SIMPLIFICADA, si por el contrario el valor FOB de la exportación supera los $2000 entonces se requiere la intermediación de un Agente de Aduanas y se debe llenar la DECLARACIÓN ÚNICA DE ADUANAS (DUA).

En este último caso el Agente de Aduanas tramitará directamente ante Aduanas.